



Article info : *Received*: Januari 2025 ; *Revised* : Februari 2025 ; *Accepted*: Maret 2025

Pengelolaan Dana CSR Terhadap Peningkatan Ekonomi UMKM Sekitar PT. Mandiri Inovasi Bersama

Nufzatutsaniah¹; Nurismalatri²; Irham Fachreza Anas³

¹⁻³Universitas Pamulang, Email : dosen01011@unpam.ac.id

Abstrak. Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan literasi terhadapnya pentingnya pengelolaan dana CSR perusahaan yang tepat dan berdaya guna untuk peningkatan perekonomian UMKM khususnya UMKM yang ada di sekitaran perusahaan. Metode pelaksanaan yang di pakai adalah metode pelatihan, prosedur kerja dan partisipasi mitra dalam pelaksanaan program. Hasil dan pembahasan dalam PKM ini Memberikan pelatihan terhadap keterbatasan kemampuan pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dan literasi digital, Pelatihan keuangan digital untuk mempermudah dalam menyusun laporan pembukuan dan administrasi keuangan secara digital, Memberikan pelatihan untuk mengoptimalkan standardisasi produk yang belum sesuai dengan pasar ekspor berbasis digital dan pemaparan tentang cara regulasi dan prosedur bisnis lintas batas yang kompleks, mahal, dan memakan waktu yang efektif dan efisien. Memberikan pelatihan mengenai Inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitas, serta basis data Tunggal.

Kata Kunci: CSR; UMKM

Abstract: *This Community Service aims to provide literacy on the importance of proper and effective management of corporate CSR funds to improve the economy of MSMEs, especially MSMEs around the company. The implementation methods used are training methods, work procedures and partner participation in program implementation. The results and discussions in this PKM Provide training on the limitations of MSME actors' abilities to adopt digital technology and digital literacy, Digital financial training to make it easier to prepare digital bookkeeping and financial administration reports, Provide training to optimize product standardization that is not yet in accordance with the digital-based export market and an explanation of how to regulate and conduct complex, expensive, and time-consuming cross-border business procedures effectively and efficiently. Provide training on Innovation and technology, digital literacy, productivity, legality or licensing, financing, branding and marketing, human resources, standardization and certification, equalization of coaching, training, and facilities, and a single database.*

Keywords : CSR; MSMe

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan kontributor pertumbuhan ekonomi nasional. Akan tetapi, masih banyak kendala dalam pengembangannya, seperti tidak efektifnya pola kemitraan, serta pengembangannya tidak sesuai harapan.

Mengingat pentingnya peran UMKM, pemerintah berusaha untuk memwadahi dan mendukung kemajuan UMKM. Upaya tersebut terus dilakukan, apalagi kondisi UMKM sempat menurun pada tahun 2020-2021, yaitu dua tahun pertama terjadinya pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh United Nations Development Programme (UNDP) dan Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Universitas Indonesia (LPEM UI), pada saat itu lebih dari 48% UMKM menghadapi masalah bahan baku, 77% kehilangan pendapatan, 88% UMKM kehilangan permintaan produk, dan bahkan 97% UMKM kehilangan nilai aset. tantangan yang dihadapi UMKM di pasar digital. Tantangan tersebut antara lain:

Pertama, keterbatasan kemampuan pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dan literasi digital. Digitalisasi UMKM tidak hanya sekedar mengembangkan produk melalui pemasaran online untuk memperluas pangsa pasar, melainkan juga mengubah cara berpikir UMKM tentang menggunakan teknologi digital.

Kedua, dalam hal pembiayaan, banyak UMKM masih belum dapat menyusun laporan pembukuan dan administrasi keuangan secara digital.

Ketiga, dari segi produksi, kemampuan UMKM untuk memenuhi standardisasi produk seringkali menghalangi keinginan UMKM untuk memperluas pasar ekspor berbasis digital.

Keempat, hal lain yang menghambat aktivitas digital ekonomi, terutama bagi UMKM adalah regulasi dan prosedur bisnis lintas batas yang kompleks, mahal, dan memakan waktu.

Kelima, inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitas, serta basis data tunggal adalah tantangan lain ke depan yang harus diatasi oleh UMKM.

Sebagai solusi atas tantangan tersebut, pada tahun 2024 akan dilakukan inkubasi bisnis untuk pelaku UMKM yang sudah memiliki kemampuan digital untuk memasarkan produknya. Pemerintah juga harus mendorong UMKM untuk menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran dan permodalan, meningkatkan operasi bisnis, meningkatkan inovasi dan daya saing, dan meningkatkan pendapatan UMKM. Kegiatan pendampingan bisnis juga diberikan kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan bisnis, dan untuk meningkatkan jumlah penjualan UMKM. Hal ini perlu memastikan bahwa dukungan pemerintah kepada UMKM terus dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan. Dukungan pemerintah tersebut diperlukan untuk memperkuat sektor UMKM sehingga UMKM dapat melaksanakan perannya secara optimal dalam perekonomian nasional.

Banyak banget permasalahan UMKM yang terjadi. Permasalahan UMKM saat ini menghadapi banyak tantangan di pasar digital, yaitu: keterbatasan kemampuan pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dan literasi digital, hal ini di akibatkan dari Pendidikan UMKM yang hanya sampai jenjang SD/SMP/SMA bahkan ada sampai putus sekolah. dalam hal pembiayaan, masih banyak UMKM yang belum dapat menyusun laporan pembukuan dan administrasi keuangan secara digital. Hal ini terjadi karena mereka tidak tertib administrasi keuangan berupa pencatatan uang masuk dan uang keluar, dimana uang yang di dapatkan setiap hari langsung di pakai lagi untuk keperluan sehari-hari dan modal usaha kembali keesokan harinya. standardisasi produk yang belum sesuai dengan pasar ekspor berbasis digital. Karena konsep yang penting untung membuat mereka mengesampingkan standar-standar produk yang harusnya di pakai dalam berdagang. Regulasi dan prosedur bisnis lintas batas yang kompleks, mahal, dan memakan waktu. Regulasi dari pemerintah yang menjelimet membuat umkm tidak mematuhi prosedur yang harusnya di patuhi. Serta mahalnya perizinan yang harus di keluarkan oleh UMKM membuat UMKM sulit untuk maju dan berkembang. Inovasi dan teknologi diberikan pengetahuan tentang tekhnologi terbaru yang di pakai dalam , literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran,

sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitas, serta basis data tunggal. Hal ini perlu memastikan bahwa dukungan pemerintah kepada UMKM terus dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan. Dukungan pemerintah tersebut diperlukan untuk memperkuat sektor UMKM sehingga UMKM dapat melaksanakan perannya secara optimal dalam perekonomian nasional.

Manfaat CSR :

Bagi lingkungan hidup Suatu perusahaan diminta tidak hanya mengejar keuntungan dalam jangka waktu tertentu, tetapi harus aktif berkontribusi terhadap kualitas lingkungan melalui dana CSR perusahaan.

Bagi perusahaan Ketika nama perusahaan terbentuk baik di mata masyarakat, maka proses branding juga akan lebih mudah, terutama jika target masyarakat yang merasakan CSR berskala nasional, seperti beasiswa sepak bola, pendirian sumur di daerah kering dan sebagainya.

Bagi pemerintah Manfaat CSR adalah mendukung program-program pemerintah terkait kemajuan bangsa dan negara. CSR adalah aksi sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat. Oleh sebab itu, CSR perusahaan hadir membantu pemerintah dalam menangani berbagai masalah sosial seperti pencemaran lingkungan, kemiskinan, pengangguran, Pendidikan dan sebagainya.

Bagi masyarakat Contoh nyata CSR adalah pendirian pabrik di tengah-tengah masyarakat dengan memperhatikan kenyamanan dan keamanan warga sekitar. Selain itu, CSR perusahaan juga bisa diwujudkan dengan menyerap tenaga kerja dari warga di lingkungan perusahaan.

Tujuan CSR

Menjaga nama baik dan citra perusahaan Tujuan utama dari pelaksanaan program CSR salah satunya adalah untuk menjaga citra dan juga nama baik perusahaan di hadapan masyarakat umum.

Solusi untuk menyelesaikan masalah yang terjadi di sekitar lingkungan Adanya program CSR adalah salah satu bentuk upaya dari perusahaan untuk membantu dan menyelesaikan semua masalah yang ada di lingkungan sekitar. Masalah yang ada bisa muncul dari berbagai sisi. Mulai dari lingkungan, sosial dan ekonomi.

Menjaga hubungan baik dengan stakeholder Dengan program CSR, maka akan tercipta sebuah hubungan yang lebih hangat dan bersahabat dengan lingkungan perusahaan. Program CSR juga mampu memberikan banyak manfaat bagi masyarakat dalam upaya pengembangan dan pemberdayaan mereka sendiri.

UMKM yang menerima dana CSR dari PT. Mandiri Inovasi Bersama adalah UMKM kaki lima yang omset perhari tidak lebih dari Rp.500.000. UMKM tersebut berjualan di sekitaran pabrik. Usaha yang di jajakan oleh UMKM berupa jajanan anak-anak dan minuman dingin.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Tempat Kegiatan PKM di Jl. Raya Serpong Rumpin No.67, Sampora, Kec. Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten 15345, Sasaran Kegiatan adalah UMKM, Hari/Tanggal pelaksanaan PKM Jumat-Minggu / 02-04 Oktober 2024 pukul 09.00 – 17.00 WIB.

PKM ini diawali dengan menentukan langkah-langkah untuk mencapai tujuan dan sasaran dari pelaksanaan kegiatan ini yang dapat diuraikan sebagai berikut:

Melakukan koordinasi kepada pihak PT. Mandiri Inovasi Bersama atas rencana kegiatan PKM yang akan dilaksanakan, yaitu dengan cara melapor dan mengajukan permohonan atas pelaksanaan kegiatan PKM;

Melakukan koordinasi kepada PT. Mandiri Inovasi Bersama atas rencana kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang akan dilaksanakan, yaitu dengan cara melapor dan mengajukan permohonan atas pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat”;

Melibatkan pengurus PT. Mandiri Inovasi Bersama dan para UMKM di sekitaran PT. Mandiri Inovasi Bersama”

“Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada instansi terkait yaitu untuk mengadakan pelatihan terhadap UMKM di sekitaran PT. Mandiri Inovasi Bersama

“Metode pelaksanaan kegiatan Sebagai langkah awal, maka dilakukan kegiatan pengumpulan informasi untuk mengetahui kondisi lokasi dan kebutuhan riil. Selanjutnya, tim akan melakukan pengabdian dalam dua tahap sekaligus. Pertama, melakukan edukasi, tujuan dari kegiatan ini adalah pengelolaan CSR untuk UMKM sekitar PT. Mandiri Inovasi Bersama

HASIL DAN DISKUSI

Memberikan pelatihan terhadap keterbatasan kemampuan pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dan literasi digital. Pendampingan dan pelatihan digital sangat bermanfaat bagi UMKM. Dengan mengikuti program-program ini, pelaku UMKM dapat Memperluas jangkauan pasar melalui platform digital, Meningkatkan efisiensi dan produktivitas bisnis, Memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan, Mengurangi biaya operasional dan Meningkatkan pendapatan dan keuntungan. Dalam memilih pendamping atau lembaga pelatihan digital, pelaku UMKM harus berhati-hati dan selektif. Pastikan pendamping yang dipilih memiliki kredibilitas, pengalaman, dan tenaga ahli yang kompeten. Selain itu, pastikan program pendampingan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan bisnis Anda.

Pelatihan keuangan digital untuk mempermudah dalam menyusun laporan pembukuan dan administrasi keuangan secara digital. Digital accounting, atau akuntansi digital, merujuk pada penggunaan teknologi digital dan perangkat lunak khusus untuk mengelola, merekam, dan menganalisis transaksi keuangan suatu perusahaan atau entitas bisnis.

Memberikan pelatihan untuk mengoptimalkan standardisasi produk yang belum sesuai dengan pasar ekspor berbasis digital. Dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 disebutkan bahwa salah satu strategi utama untuk mendorong ekspor produk halal Indonesia semakin berkembang adalah dengan meningkatkan kapasitas UMKM agar menjadi bagian dari global value chain atau rantai pasok global industri halal. Penguatan UMKM ini dapat dilakukan melalui 4 (empat) program utama antara lain: (i) pemberian edukasi kepada pemilik usaha mikro, (ii) pemberian fasilitas pembiayaan, (iii) pembangunan database UMKM, dan pemberian literasi kepada UMKM. Hal ini penting untuk memacu pertumbuhan usaha UMKM tersebut dan meningkatkan ketahanan ekonomi. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, perlu dibangun pusat inkubasi bisnis di beberapa daerah sebagai tempat pembinaan dan pelatihan, yang dapat membantu UMKM untuk dapat menjadi bagian dari rantai nilai industri halal. The International Trade Center juga menekankan bahwa pelaku UMKM dapat berpartisipasi dalam rantai pasok global di sektor halal, karena potensi pertumbuhan makanan halal yang semakin besar.

Selain itu, beberapa strategi lainnya yang dapat dilakukan untuk pengembangan industri produk halal adalah peningkatan kemampuan sumber daya manusia yang memiliki keahlian di bidang sertifikasi dan produksi produk halal, meningkatkan edukasi dan komunikasi kepada masyarakat, dan mengembangkan keterlibatan pelaku usaha dalam jaringan perdagangan produk halal di pasar global atau global value chain. Oleh sebab itu, keterlibatan UMKM

Pemaparan tentang cara regulasi dan prosedur bisnis lintas batas yang kompleks, mahal, dan memakan waktu yang efektif dan efisien. Hal ini bisa di atasi dengan satu pintu dan mafia-mafia yang tidak bertanggung jawab . Perbedaan lingkungan bisnis bisa berupa perbedaan budaya, kebiasaan sosial, hukum, peraturan pemerintah, stabilitas politik, di mana hal ini membuat bisnis internasional memiliki cakupan yang lebih kompleks. Maka dari itu, bisnis internasional umumnya memiliki lebih banyak risiko ketimbang bisnis domestik. hal ini untuk menunjang UMKM bukan hanya membuat produk saja tetapi terus berinovasi dengan produk yang di buat supaya usaha yang di jalankan terus berkembang tidak tergerus dengan perkembangan zaman sehingga ilmu kewirausahaan tidak pernah sirna tetapi terus berkembang guna menciptakan wirausaha yang unggul.

Memberikan pelatihan mengenai Inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitas, serta basis data tunggal. Target luaran yang akan dicapai, akan di publikasikan pada jurnal yang ber ISBN



Gambar 1 Photo Bersama peserta UMKM



Gambar 2 Pembukaan oleh Ibu Dr. Nurismalatri



Gambar 2 Penyampaian Materi

KESIMPULAN

Keterbatasan kemampuan pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dan literasi digital. Digitalisasi UMKM tidak hanya sekedar mengembangkan produk melalui pemasaran online untuk memperluas pangsa pasar, melainkan juga mengubah cara berpikir UMKM tentang menggunakan teknologi digital.

Dalam hal pembiayaan, banyak UMKM masih belum dapat menyusun laporan pembukuan dan administrasi keuangan secara digital.

dari segi produksi, kemampuan UMKM untuk memenuhi standarisasi produk seringkali menghalangi keinginan UMKM untuk memperluas pasar ekspor berbasis digital.

hal lain yang menghambat aktivitas digital ekonomi, terutama bagi UMKM adalah regulasi dan prosedur bisnis lintas batas yang kompleks, mahal, dan memakan waktu.

Inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standarisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitas, serta basis data tunggal adalah tantangan lain ke depan yang harus diatasi oleh UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* Volume 1, No. 2

Amartha. (2024). Pengertian UMKM, Jenis, Fungsi, dan Cara Mendaftarinya. Blog Amartha. <https://amartha.com/blog/work-smart/pengertian-umkm-jenisfungsi-dan-cara-mendaftar/>

Anggreani, S., & Adnyana, I. G. S. (2020). Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada UKM Tahu AN Anugrah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(1), 9–16. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i1.290>

Hidayat, A. (2023). Mengenal Program Pembinaan UMKM Kemenkeu Satu Tahun 2023. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-medan/bacaartikel/15879/Mengenal-Program-Pembinaan-UMKM-Kemenkeu-SatuTahun-2023.html>

Putri, D. P. S., Subarman, K., & Supono, I. (2023). Perancangan Harga Pokok Produksi UMKM Kacang Bawang Metode Full Costing Berbasis Excel. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 8(1), 252. <https://doi.org/10.28926/briliant.v8i1.1108>

Ramadhani, D., & Merida. (2020). Akuntansi Biaya (Konsep dan Implementasi di Industri Manufaktur).

Triharyati, E. (2019). Implementasi Harga Pokok Produksi Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual Dan Laba Di Kerupuk Jangek Khas Malalo Kota Lubuklinggau. *Jurnal Akuntansi Stie*, 5(2), 1–10. Umi, F. (2018). Modul Latihan Microsoft Excel. 43.

Dipayanti, K., Nufzatutsaniah, G. B., Rahayu, R. S., & Sosiatri, R. (2020). Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan UMKM Dodol Nanas di Cagak Subang Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat HUMANIS*, 2(1), 51-57.

Dipayanti, K., Nufzatutsaniah, N., Gracia, B. A., Sosiatri, R., & Rahayu, R. S. (2020). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan timun agar mewujudkan desa mandiri dan sejahtera di Desa Cihambulu Pabuaran. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2), 113-115.

Nufzatutsaniah, N., & Kartono, K. (2024). Implementasi Pembelajaran Keuangan Santri Untuk Kemandirian Pesantren. *Idea Abdimas Journal*, 2(3), 198-204.

Nufzatutsaniah, N., & Pratama, Y. (2022). Family Resilience Index during the Covid 19 Pandemic in South Tangerang Society. *Adpebi Science Series*.